

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR BTN
BERSUBSIDI iB DITINJAU DARI ANALISIS SWOT
(Studi Kasus Pada Bank BTN Syariah KC Medan)**

SKRIPSI MINOR

OLEH:

DEBY WINDAYANI POHAN
NIM.0504161018



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2019M/1440H**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR BTN
BERSUBSIDI iB DITINJAU DARI ANALISIS SWOT
(Studi Kasus Pada Bank BTN Syariah KC Medan)**

SKRIPSI MINOR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Ahli Madya (D-III)
Dalam Ilmu Perbankan Syariah Pada Program D-III Perbankan
Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara

OLEH:

DEBY WINDAYANI POHAN
NIM.0504161018



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2019M/1440

LEMBAR PERSETUJUAN

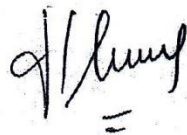
STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR BTN BERSUBSIDI IB DITINJAU DARI ANALISIS SWOT (Studi Kasus Pada Bank BTN Syariah KC Medan)

OLEH :

DEBY WINDAYANI POHAN
NIM. 0504161018

Menyetujui

PEMBIMBING



Dr. Nurhayati, M.Ag
NIP.197405172003122003

**KETUA PRODI D-III
PERBANKAN SYARIAH**



Dr. Aliyuddin Abdul Rasyid, Lc, Ma
NIP. 196506282003021001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi minor ini berjudul : **"STRETEGI PEMASARAN PRODUK KPR BTN BERSUBSIDI iB DITINJAU DARI ANALISIS SWOT (Studi Kasus Bank Tabungan Negara Syariah KC. Medan)**, telah diuji dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan, pada tanggal 03 Juli 2019

Skripsi minor ini telah diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada program Diploma III Perbankan Syariah FEBI UIN Sumatera Utara.

Medan, 03 Juli 2019

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Minor Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Sumatera Utara Medan

Ketua,



Dr. Aliyuddin Abdul Rasvid, Lc. MA
NIP. 196506282003021001

Sekretaris



Kamilah, SE. AK. M. SI
NIP. 197910232008012014

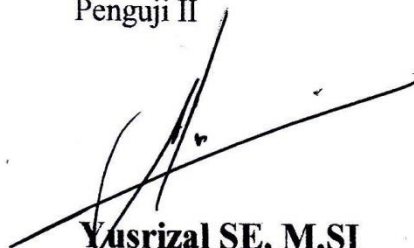
Anggota

Penguji I



Kamilah, SE. AK. M. SI
NIP. 197910232008012014

Penguji II



Yusrizal SE, M.SI
NIP. 197505222009011006

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Sumatera Utara



Dr. Andri Soemitra, MA
NIP. 197605072006041002

IKHTISAR

Pada penulisan skripsi minor ini, penulis mengambil judul tentang **Strategi Pemasaran Produk KPR BTN Bersubsidi iB Ditinjau Dari Analisis SWOT Pada PT Bank Tabungan Negara Syariah** Kantor Cabang Medan. Masalah yang terdapat dalam skripsi minor ini adalah bagaimana strategi Pemasaran produk KPR BTN Bersubsidi iB dan dengan cara menganalisis SWOT. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk KPR BTN Bersubsidi iB di tinjau dari Analisa SWOT. Dalam usaha meningkatkan strategi pemasaran produk KPR BTN Bersubsidi iB Bank BTN Syariah Cabang Medan menggunakan skim murabahah (jual beli), sehingga cicilan KPR syariah dari awal akad sampai selesai tidak mengalami perubahan harga atau kenaikan yang di pengaruhi suku bunga. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode observasi dan wawancara. Dalam startegi pemasaran produk KPR BTN Bersubsidi iB menggunakan analisis SWOTyaitu Kekuatan (*Strenght*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threathts*).

KATA PENGANTAR

Assalamua'alaikum wr. Wb

Alhamdulillah Puji syukur yang tak terhingga penulis ucapkan kepada sang khalik yang Maha Sempurna Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya dan telah memberikan kemudahan selama menyelesaikan skripsi Minor ini yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR BTN BERSUBSIDI iB DITINJAU DARI ANALISIS SWOT (Studi Kasus Pada Bank BTN Syariah KC Medan)”**.

Dalam penulisan skripsi minor ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dan bantuan serta dukungan yang sangat berharga dari berbagai pihak baik materil, moril maupun spiritual, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi minor ini. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada Ayahanda H Darman Pohan, dan Ibu Yulia serta dan Adik penulis (Nurul Yesila Pohan), Sungguh penulis tak mampu membalas semua jasa dan pengorbanan yang diberikan sehingga penulis menjadi seperti sekarang ini. Dan terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Saidurrahman, M.Ag selaku Rektor UIN-SU Medan.
2. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN-SU Medan.
3. Bapak Dr. Aliyuddin Abdul Rasyid, Lc, Ma selaku ketua jurusan program DIII Perbankan Syariah UIN-SU Medan.

4. Ibu Kamila, SE, Ak, M. Si selaku sekretaris Jurusan Program DIII Perbankan Syariah UIN-SU Medan.
5. Ibu Dr. Nurhayati M. Ag selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis.
6. Ayah H. Darman Pohan dan ibu Yulia selaku orang tua tercinta yang telah memberikan support yang sangat luar biasa.
7. Adik perempuan Nurul Yesila Pohan yang telah memberikan semangat yang sangat luar biasa.
8. Seluruh karyawan dan karyawan Bank BTN Syariah KC Medan yang begitu banyak membantu penulis dalam mengumpulkan data.
9. Sahabat - sahabatku (Nurul Mutiara Sani Lubis, Novita Handayani Siregar, Rizka Khairunnisa, Nurahasana, Anggraini Pratiwi Putri, Rasmi Andani, Rizky, Ipras) yang begitu luar biasa atas suportnya selama ini, serta teman – teman seperjuangan DIII Perbankan Syariah khususnya Kelas C.

Penulis hanya memohon kepada Yang Maha Kuasa semoga kiranya seluruh bantuan – bantuan yang telah mereka berikan kepada penulis agar dibalas berlipat ganda oleh Allah SWT. Aamiin...

Medan, 18 Juni 2019

Penulis

Deby Windayani Pohan
NIM.0504161018

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
IKHTISAR.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Metode Penelitian	9
F. Sistematika Pembahasan	12
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Bank Syariah	14
B. Pengertian Strategi Pemasaran.....	15

C. Analisis SWOT	20
1. Pengertian Analisis SWOT	20
2. Unsur – Unsur Analisis SWOT.....	21
3. Manfaat Analisis SWOT	25
D. Pengertian KPR BTN Syariah	26
1. Pengertian KPR Syariah	26
2. Pengertian KPR Bersubsidi.....	26
3. Akad KPR BTN Bersubsidi Syariah	28
4. Pengertian KPR Non Bersubsidi	30

BAB III GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Bank Tabungan Negara Syariah.....	32
B. Visi dan Misi Bank Tabungan Negara Syariah	36
C. Tujuan Pendirian Unit Usaha Syariah Bank Tabungan Negara	37
D. Budaya Kerja Bank Tabungan Negara.....	37
E. Produk Pembiayaan Pada Bank Tabungan Negara Syariah	39
F. Struktur Organisasi Bank Tabungan Negara.....	49

BAB IV TEMUAN KASUS DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Produk KPR BTN Bersubsidi iB.....	51
B. Strategi Pemasaran Produk KPR BTN Bersubsidi iB Ditinjau Dari Analisis SWOT di BTN Syariah	56
C. Realisasi Distribusi Produk Pembiayaan KPR BTN Sejahtera IB Pada Bank BTN Syariah Kantor Cabang Medan	58

D. Peluang Dan Tantangan Pemasaran Produk KPR BTN

Syariah Bersubsidi iB.....	60
----------------------------	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	62
--------------------	----

B. Saran.....	63
---------------	----

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data distribusi nilai KPR FLPP berdasarkan bank pelaksana tahun	
2014 – 2018	6
Tabel 2.1 Realisasi distribusi KPR BTN Bersubsidi	7
Tabel 4.1 Realisasi distribusi KPR BTN Bersubsidi periode	
2014 - 2018.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram SWOT	23
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Bank Tabungan Negara Syariah	50

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan syariah telah dikenal secara luas di Indonesia. Diantara lembaga keuangan syariah itu antara lain bank syariah, Baitul Maal wa Tamwil, Asuransi Syariah, dan masih banyak lainnya. Perbankan syariah di Indonesia lahir sekitar awal tahun 1990 diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia. Bank syariah mulai mengalami perkembangan yang pesat setelah di sahkannya Undang-Undang No.10 Tahun 1998 tentang landasan hukum dan jenis usaha yang diperbolehkan beroperasi di bank syariah.¹

Munculnya bank syariah dilatar belakangi oleh kesadaran masyarakat yang membutuhkan layanan jasa keuangan berbasis syariah. Tahun 1998 ketika terjadi krisis, Bank Muamalat telah membuktikan bahwa bank syariah mampu bertahan ditengah gempuran krisis ekonomi yang melanda Indonesia. Menurut Undang-Undang No 21 Tahun 2008, perbankan syariah adalah suatu yang menyangkut segala tentang bank syariah., mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Sedangkan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah.²

¹ Ahmad Rodoni, *Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Bestari Buana Murni, 2008), h. 6.

² Huda Nurul dan Heykal, *Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2010), h. 40-45.

Lembaga keuangan syariah sangat berperan penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Seperti sekarang ini banyak masyarakat Indonesia terutama mereka yang belum memiliki hunian sendiri maupun mereka yang baru berkeluarga pasti sangat menginginkan rumah sebagai hunian sendiri bersama keluarga tercinta. Dan tentunya mengharapkan rumah yang nyaman, sehat dan aman untuk ditinggali, seperti rumah - rumah diperkotaan yang banyak dinikmati masyarakat.

Namun, di era seperti sekarang ini harga rumah dan tanah sangatlah mahal dan hal tersebut menyebabkan masyarakat, terutama masyarakat yang berpenghasilan rendah dan berkeinginan memiliki rumah daerah perkotaan sulit untuk membeli rumah secara *cash* atau tunai karena untuk membayar rumah tersebut masyarakat harus mengumpulkan dana terlebih dahulu dan hal tersebut membutuhkan waktu yang lama. Peran perbankan khususnya bank syariah untuk menyediakan dana tunai dan memberikan pinjaman dalam bentuk pembiayaan menjadi solusi umum untuk mengatasi kondisi ini. Sehingga tidak mengherankan jika hampir sebagian masyarakat “terpaksa” berhutang untuk memiliki rumah idaman. Namun, hutang ini sifatnya mendesak, yaitu hutang yang bernilai tinggi dan penting untuk kelancaran aktifitas sehari - hari dan menyangkut kehidupan keluarga.³

Kondisi diatas membuat sebagian besar masyarakat berpenghasilan rendah lebih memilih untuk menyewa rumah dibandingkan memiliki rumah sendiri karena harga rumah tersebut mahal. Disisi lain, pemerintah berkewajiban untuk

³ Agustinto M dan Lutfi T Rizki, *Fiqh Perencanaan Keuangan Syariah* (Depok: Mudamapan Publishing, 2010), h. 110.

melaksanakan pembangunan perumahan dengan jumlah kebutuhan akan rumah yang terus meningkat dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat berpenghasilan rendah dengan tetap memperhatikan persyaratan umum bagi pembangunan rumah yang sehat, layak dan aman. Pemerintah melalui perbankan merancang program kredit atau pembiayaan rumah - murah yang memang ditujukan bagi masyarakat yang berpenghasilan rendah, yaitu dengan menggunakan program Fasilitas Likuiditas Penyaluran Perumahan (FLPP) atau KPR Bersubsidi dari Kementerian Perumahan Rakyat (KEMENPERA).

Dengan adanya KPR bersubsidi ini membuat masyarakat yang berpenghasilan rendah atau masyarakat menengah kebawah terbantu memiliki rumah impian karena program KPR dibuat oleh pemerintah untuk memberikan kredit atau pembayaran dengan uang muka dan cicilan yang ringan serta margin yang rendah dan tetap selama masa pengembalian pembiayaan. Allah menyerukan untuk saling tolong menolong terhadap sesama, prinsip seperti itu juga yang dilakukan oleh BTN Syariah dalam membantu masyarakat berpenghasilan rendah untuk mendapatkan rumah idaman. Firman Allah dalam Al Quran Surat al- Maidah ayat 2 :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ

إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.”

Bank Tabungan Negara (BTN) syariah merupakan unit usaha syariah milik Bank Tabungan Syariah (BTN) konvensional salah satu bank pelaksana yang ikut mendukung program Fasilitas Likuiditas Penyaluran Perumahan (FLPP) yang dicanangkan oleh Kementerian Perumahan Rakyat (KEMENPERA) dan mendapatkan penghargaan Bank Syariah Terbaik Pertama menurut KEMENPERA yang sukses melaksanakan program KPR syariah bersubsidi yang ditujukan bagi masyarakat berpenghasilan rendah atau masyarakat menengah kebawah untuk memiliki rumah sebagai tempat tinggal yang layak. Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) syariah bersubsidi merupakan produk yang dimiliki oleh BTN Syariah, yang dikenal dengan KPR BTN Bersubsidi iB. Dengan program ini, masyarakat berpenghasilan rendah dapat mengajukan pembiayaan KPR bersubsidi dengan cara mengangsur selama maksimal dua puluh tahun.

Kelebihan KPR pada bank syariah dibandingkan dengan KPR pada bank konvensional adalah dengan KPR syariah masyarakat yang melaksanakan pembiayaan merasa lebih tenang, sebab pembiayaan KPR syariah tersebut menggunakan *skim murabahah* (jual beli). Sehingga cicilan pada KPR syariah dari awal akad sampai selesai tidak mengalami perubahan harga atau

kenaikan yang dipengaruhi suku bunga.⁴ Akad *murabahah* adalah suatu kegiatan jual beli dimana dalam hal ini bank sebagai penjual memberitahukan harga asal/modal pembelian kepada konsumen (nasabah) dengan ditambah dengan margin. BTN Syariah menjadikan ayat Allah sebagai pedoman dalam Al quran surat al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۚ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۚ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”⁵

⁴ Solihin Ahmad Ifham, *Buku Pintar Ekonomi Syariah* (Jakarta: PT. Gramedia, 2010), hal. 85.

⁵www.btn.co.id diakses pada tanggal 30 Maret 2019

BTN Syariah yang merupakan unit usaha syariah BTN konvensional memegang *market share* KPR terbesar di Indonesia dan menjadi kontributor utama dalam program perumahan rakyat yang ditujukan dengan penyalur KPR FLPP tertinggi. Bank BTN syariah telah merapatkan barisan dengan merancang dan mengeksekusi strategi pemasaran dengan membangun paradigma baru dengan menjadikan *voice of customer* sebagai “panglima”. Hal ini terlihat dari pencapaian Bank BTN syariah di sektor KPR bersubsidi. Sepanjang 2014-2018, Bank BTN syariah berhasil menyalurkan KPR Syariah Bersubsidi sebanyak 32.932 unit dan 488 miliar, atau sebanyak 6.521 unit rumah melalui Unit Usaha Syariah.⁶

Tabel 1.1
Data distribusi nilai KPR FLPP berdasarkan
bank pelaksana tahun 2014 - 2018

NO	BANK PELAKSANA	NILAI
1	BTN KONVENSIONAL	65.397
2	BTN SYARIAH	32.932
3	BRI KONVENSIONAL	239
4	BRI SYARIAH	3.445
5	MANDIRI SYARIAH	126
6	MANDIRI	562
7	BNI	319

⁶ BTN, *Laporan Tahunan Annual Report 2014-2018*, h.99

Namun data diatas menunjukkan bahwa mulai tahun 2014 – 2018 BTN syariah telah berhasil menyalurkan produk KPR BTN Bersubsidi iB melalui pemasaran secara baik. BTN Syariah prosentasinya lebih rendah dibanding konvensional.

Meskipun sebagai penyalur KPR Bersubsidi terbesar di Indonesia, BTN Syariah juga pernah mengalami penurunan dalam mendistribusikan produk KPR BTN Syariah. Selama periode lima tahun BTN Syariah telah menunjukkan perkembangan yang lumayan baik dalam memasarkan produk KPR BTN Sejahtera iB.⁷ Berikut ini adalah tabel perkembangan distribusi KPR BTN Sejahtera iB pada Bank BTN Kantor Cabang Syariah Medan.

Tabel 1.2

Realisasi distribusi KPR BTN Bersubsidi periode 2014-2018

TAHUN	UNIT
2014	9.328
2015	8.220
2016	7.112
2017	3.074
2018	5.198

Sumber : Laporan Perkembangan KPR BTN Bersubsidi iB di BTN Syariah Medan.

⁷Putri Mutiara, *Consumer Financing Analyst*, wawancara pribadi, Medan, 25 Februari 2019.

Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana Bank BTN Kantor Cabang Syariah Medan dalam memperaktekkan strategi pemasaran produk KPR BTN Syariah Bersubsidi. Dengan judul: **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK KPR BTN BERSUBSIDI iB DITINJAU DARI ANALISIS SWOT DI BANK TABUNGAN NEGARA KANTOR CABANG SYARIAH MEDAN”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Bagaimanakah strategi pemasaran produk KPR BTN Bersubsidi iB di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan?
2. Bagaimanakah realisasi distribusi produk pembiayaan produk KPR BTN Bersubsidi iB selama periode 2014 – 2018 di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui startegi pemasaran produk KPR BTN Bersubsidi iB di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan.
2. Untuk mengetahui realisasi distribusi produk pembiayaan KPR BTN Bersubsidi iB selama periode 2014 – 2018 di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang penulis lakukan adalah:

1. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang strategi pemasaran produk KPR Bersubsidi iB yang ada pada bank syariah

2. Bagi Akademik

Diharapkan dapat menambah informasi dan sebagai bahan perbandingan serta penyempurnaan bagi peneliti yang akan dilakukan oleh peneliti lain dengan tema yang terkait.

3. Bagi BTN Syariah

Membantu untuk lebih mengembangkan usaha dan bisnis perbankan syariah dan untuk mendorong masyarakat agar lebih tertarik kepada bank syariah dalam melakukan pembiayaan KPR.

E. Metodologi Penelitian

Metode penelitian adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari proses berpikir, analisis berpikir serta mengambil kesimpulan yang tepat dalam suatu penelitian. Dalam teknik pengumpulan data yang perlu diperhatikan sebagai berikut :

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penulisan tugas akhir ini adalah analisis deskriptif, yaitu dengan cara menggambarkan permasalahan dengan didasari oleh data-data yang ada kemudian dianalisis lebih lanjut untuk kemudian ditarik kesimpulan. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu menggali sumber dari hasil studi kepustakaan dan wawancara yang dilakukan terhadap pihak yang bersangkutan, yaitu Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan. Penelitian kualitatif merupakan proses penelitian yang berkesinambungan sehingga tahap pengumpulan data, pengolahan data dan analisis data dilakukan secara bersamaan selama proses penelitian.

2. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Medan, Jl. Haji Juanda No. 48 Medan (Maimun) Suka Damai, Medan Polonia, Kota Medan, Sumatera Utara, 201567.

3. Sumber Pengumpulan Data

Sumber Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Data primer

Data primer yaitu data yang berasal dari data utama. Data primer yang diambil langsung dari perusahaan yang menjadi obyek penelitian, yaitu dengan teknik wawancara (*interview*) kepada pihak BTN Kantor Cabang Syariah Medan terkait data-data tentang pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah bersubsidi.

b. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh untuk melengkapi dan mendukung data primer yang berupa dokumen-dokumen ilmiah dan majalah, jurnal penelitian, literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

4. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data-data pada penelitian ini adalah kepustakaan, wawancara, dan dokumentasi.⁸

a. Kepustakaan

Kepustakaan dilakukan untuk mendapatkan data sekunder melalui pengumpulan dan penyelidikan data-data kepustakaan khususnya yang berkaitan dengan pokok masalah yang diteliti

b. Wawancara

Wawancara, yaitu percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, penulis yang mengajukan pertanyaan dan pihak atau staff BTN Kantor Cabang Syariah Medan yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah penelitian didapat langsung dari pihak BTN Kantor Cabang Syariah Medan.

d. Analisis Data

⁸ Abdurahman Fathoni, *Metedologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta : Rineka Cipta, 2011), h. 112

Teknik analisis data yang digunakan adalah pendekatan deskriptif-analitis, yaitu untuk memberikan pemecahan masalah dengan mengumpulkan data lapangan, menyusun atau mengklasifikasikan, menganalisis data, dan menjelaskan gambaran mengenai strategi pemasaran terhadap produk KPR BTN Bersubsidi iB pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan. Tujuan penelitian deskriptif ini adalah untuk menggambarkan dan menganalisa secara mendalam mengenai strategi pemasaran terhadap produk KPR BTN Bersubsidi iB pada BTN Kantor Cabang Syariah Medan.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasan tugas akhir, penulis menyusunnya kedalam 5 (lima) bab. Setiap bab terdiri dari beberapa subbab tersendiri. Bab-bab tersebut secara keseluruhan saling berkaitan. Diawali dengan bab pendahuluan dan diakhiri dengan bab penutup yang berupa kesimpulan dan saran. Adapun gambaran sekilas mengenai bab-bab tersebut adalah sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini, memberikan pembahasan umum tentang pengertian strategi pemasaran, analisis SWOT, dan pengertian KPR Syariah bersubsidi.

BAB III Gambaran Umum Bank Tabungan Negara Syariah

Bab ini, menguraikan sejarah singkat Bank Tabungan Negara Syariah, visi-misi perusahaan, budaya perusahaan dan struktur organisasi.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini, menjelaskan tentang realisasi distribusi produk pembiayaan KPR BTN Bersubsidi iB Syariah selama periode 2014-2018 di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan serta hasil analisis strategi pemasaran di BTN Kantor Cabang Syariah Medan terhadap produk pembiayaan KPR BTN Bersubsidi iB ditinjau dari analisis SWOT.

BAB V Penutup

Bab ini, menjelaskan tentang menuangkan kesimpulan, saran dan rekomendasi.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan prinsip syariah, sebagai lembaga keuangan yang fungsi utamanya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk investasi dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan.⁹ Di Indonesia, regulasi mengenai bank syariah tertuang dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Bank syariah menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

Bank syariah dalam menjalankan operasionalnya, berfungsi sebagai :

1. Sebagai penerima amanah untuk melakukan investasi atas dana-dana yang dipercayakan oleh pemegang rekening investasi/deposan atas dasar prinsip bagi hasil sesuai dengan kebijakan investasi bank.
2. Sebagai pengelola investasi atas dana yang dimiliki oleh pemilik dana (*shahibul mal*) sesuai dengan arah investasi yang dikehendaki oleh pemilik dana (dalam hal ini bank bertindak sebagai manajer investasi).
3. Sebagai penyedia jasa lalu lintas pembayaran dan jasa-jasa lainnya sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

⁹ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009), h. 24.

4. Sebagai pengelola fungsi sosial seperti pengelolaan dana zakat dan penerimaan serta penyaluran dana kebajikan (fungsi optimal).¹⁰

B. Pengertian Strategi Pemasaran

Terdapat beberapa definisi strategi menurut pendapat para ahli sebagaimana di kutip dari buku *Marketing Bank Syariah* sebagai berikut:

1. John A. Byrne mendefinisikan strategi sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing dan faktor-faktor lingkungan.
2. Hamel dan Prahalad mendefinisikan strategi merupakan tindakan yang bersifat *incereamental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan.
3. Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakkan sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis. Inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik di hati konsumen, menjadi pembeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana dikepala,

¹⁰ Nurul Ichsan Hasan, *Perbankan Syariah (Sebuah Pengantar)*, (Ciputat: Referensi, 2014), h. 120.

kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar yang menjadi yang pertama, kemudian menjadi yang lebih baik.¹¹

Jadi, startegi adalah perencanaan dan penentuan arah operasi – operasi bisnis berskala besar, menggerakkan sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan seacar aktual dan bisnis, bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik di benak konsumen, menjadi pembeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar yang menjadi yang pertama, kemudian menjadi yang lebih baik.¹²

Pemasaran menurut *World Marketng Asosiation* adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarah pada proses penciptaan, penawaran dan perubahan *value* dari satu inisiator kepada *stake holder*-nya.¹³ Pemasaran juga diartikan sebagai salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya utnuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan yang secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar.

¹¹ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 29.

¹² Endah Prapti Lestari, *Pemasaran Strategik Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 2.

¹³ Edi Susanto, *Bank dan Keuangan Lainnya* (Jakarta: Grafika, 2014), h. 174.

Dalam melakukan pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai. Artinya, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai, seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.¹⁴

Untuk mencapai sasaran tersebut, maka bank perlu :

- 1) Menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.
- 2) Memberikan nilai lebih terhadap produk yang ditawarkan dibandingkan dengan produk pesaing.
- 3) Menciptakan produk yang memberikan keuntungan dan keamanan terhadap produknya.
- 4) Memberikan informasi yang benar-benar dibutuhkan nasabah dalam hal keuangannya pada saat dibutuhkan.
- 5) Memberikan pelayanan yang maksimal mulai dari calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan.
- 6) Berusaha menarik minat konsumen untuk menjadi nasabah bank.
- 7) Berusaha mempertahankan nasabah yang lama dan berusaha mencari nasabah baru baik dari segi jumlah maupun kualitas nasabah.

Pemasaran yang baik di jelaskan dalam Al quran Surah al-Isra' ayat 7 :

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا

¹⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan*. Rev. Ed 11 (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h.190.

“Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, Maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri.”

Islam melarang adanya unsur manipulasi (penipuan), sebagaimana hadis Nabi Muhammad SAW yang artinya : *”Jauhkanlah dirimu dari banyak bersumpah dalam penjualan, karena sesungguhnya ia memanipulasi (iklan dagang) kemudian menghilangkan keberkahan.”* (HR.Muslim, Ibnu Majah).

Islam menganjurkan pada umatnya dalam memasarkan atau mempromosikan produk dan menetapkan harga tidak boleh berbohong harus berkata jujur (benar). Oleh sebab itu, salah satu karakter berdagang yang terpenting dan diridhoi oleh Allah SWT adalah kebenaran. Sebagaimana dituangkan dalam yang artinya: *Pedagang yang benar dan terpercaya bergabung dengan para Nabi, orang-orang benar (siddiqin), dan para syuhada' di surga.* (HR. Turmudzi).

Menurut Bygrave dalam bukunya *The portable MBA in entrepreneurship* telah diterjemahkan dalam tujuh belas bahasa, menyatakan bahwa strategi pemasaran adalah kumpulan petunjuk dan kebijakan yang digunakan secara efektif untuk mencocokkan program pemasaran (produk, harga, promosi, dan distribusi) dengan peluang guna mencapai sasaran usaha.¹⁵

Strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan organisasi atau lembaga dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program

¹⁵William Bygrave, *The Portable MBA in Entrepreneurship* (John Wiley & Sons: 2009), h. 116

pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.¹⁶ Salah satu unsur dalam strategi pemasaran terpadu adalah bauran pemasaran (*marketing mix*), yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan, yang berkaitan dengan penentuan, bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada satu segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran pasarnya.¹⁷ Elemen bauran pemasaran meliputi 4P, yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat/Saluran Distribusi), *Promotion* (Promosi).

1) *Product* (Produk)

Produk merupakan keseluruhan konsep objek yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Hal yang perlu diperhatikan terhadap produk adalah konsumen tidak hanya membeli bentuk fisik dari produk itu saja tetapi membeli manfaat dan nilai produk tersebut.¹⁸

2) *Price* (Harga)

Setiap produk barang ataupun jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain : biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan

¹⁶ Endah Prapti Lestari, *Pemasaran Strategik Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 2.

¹⁷ Khotibul Umam dan Budi Utomo, *Perbankan Syariah Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya Di Indonesia* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), h. 104.

¹⁸ Rambat Lupiyodi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2010), h. 70.

pasar. Menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.¹⁹

3) *Place* (Tempat/Saluran Distribusi)

Pemasaran perbankan, hal yang sangat penting adalah pemilihan lokasi (tempat). Dalam menentukan lokasi pembukaan kantor cabang atau kantor kas termasuk peletakkan mesin Atm. Bank harus mampu mengidentifikasi sasaran pasar yang dituju berikut sesuai dengan inti bisnis dari perusahaan.

4) *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan, promosi penjualan, dan publisitas.²⁰

C. Analisis SWOT

1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*),

¹⁹ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 133.

²⁰ Rambat Lupiodi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), h. 70.

namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*threats*).²¹

Dalam analisis SWOT menganalisis adanya dua faktor lingkungan usaha, di mana lingkungan itu berupa:

- 1) Lingkungan internal merupakan suatu kekuatan, suatu kondisi, suatu keadaan, suatu peristiwa yang saling berhubungan dimana organisasi/perusahaan mempunyai kemampuan untuk mengendalikannya.
- 2) Lingkungan eksternal merupakan suatu kekuatan, suatu kondisi, suatu keadaan, suatu peristiwa yang saling berhubungan di mana organisasi/perusahaan tidak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan atau mempengaruhi.

2. Unsur-Unsur Analisis SWOT

SWOT merupakan sebuah metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam bisnis.²² Umumnya SWOT digambarkan dengan tabel pada ukuran kertas yang besar untuk memudahkan analisis hubungan antar aspeknya. Pembuatan analisis SWOT melibatkan tujuan bisnis yang spesifik dan identifikasi faktor internal-eksternal untuk mencapai tujuan tersebut.

²¹ Freddy Rangkuti, *Analisis swOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia: Pustaka Utama, 2006), h. 18.

²² Irham Fahmi, *Kewirausahaan Teori, Kasus Dan Solusi* (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 347.

Analisis SWOT melibatkan empat unsur utamanya, yaitu *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan *Threats* (ancaman), Sebagaimana berikut:²³

a. Kekuatan (*Strenght*)

Strenght ialah Analisis terhadap unsur kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan. Misalnya saja menganalisis tentang kelebihan apa saja yang dimiliki perusahaan seperti dari segi teknologi, kualitas hasil produksi, lokasi strategis, atau unsur kekuatan lainnya yang lebih menekankan pada keunggulan perusahaan. Biasanya dalam analisis SWOT perusahaan cenderung akan membuat sebanyak mungkin daftar kekuatan sebagai upaya kompetisi.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Analisis terhadap unsur kelemahan. Selain melihat unsur kekuatan perusahaan, sangat penting untuk mengetahui apa kelemahan yang dimiliki perusahaan. Untuk mengetahui kelemahan perusahaan bisa dengan melakukan perbandingan dengan pesaing seperti apa yang dimiliki perusahaan lain tetapi tidak dimiliki perusahaan.

c. Peluang (*Opportunity*)

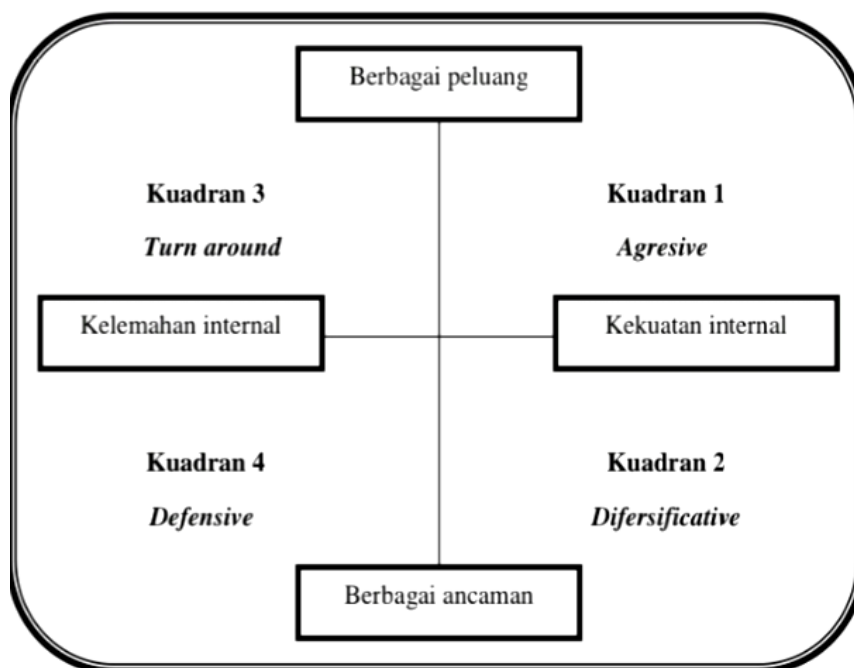
Analisis terhadap unsur peluang. Unsur peluang biasanya dibuat pada saat awal membangun bisnis. Ini karena bisnis dibentuk berdasarkan peluang atau

²³Imanuel Aditya, *Analisis SWOT Implementasi Tekonologi Finansial Terhadap Kualiatas Layanan Perbankan Indonesia* (Jakarta: Pustaka Utama, 2017), h. 142.

kesempatan untuk menghasilkan keuntungan. Unsur peluang termasuk daftar apa saja yang memungkinkan bisnis mampu bertahan dan diterima di masyarakat, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

d. Ancaman (*Threats*)

Analisis terhadap unsur ancaman. Analisis terhadap unsur ancaman sangat penting karena menentukan apakah bisnis dapat bertahan atau tidak di masa depan. Beberapa hal yang termasuk unsur ancaman misalnya banyaknya pesaing, ketersediaan sumber daya, jangka waktu minat konsumen, dan lain sebagainya. Membuat daftar ancaman perusahaan bisa untuk jangka pendek maupun jangka panjang serta bisa sewaktu-waktu bertambah atau berkurang.



Gambar 2.1

Diagram SWOT

Keterangan:

Kuadran 1 : Merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/jasa).

Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.²⁴

²⁴ Memori Del Olmo Ginting, *Consumer Financing Analyst*, wawancara pribadi, Medan, 25Maret 2019.

3. Manfaat Analisis SWOT

Analisis ini bermanfaat untuk mengetahui suatu permasalahan dari empat sisi yang berbeda, yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Hasil dari analisis ini dapat memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kekuatan dan mempertahankan peluang, serta pada saat yang bersamaan mengurangi kelemahan dan menghindari potensi ancaman.

Analisis SWOT juga berperan sebagai instrumen yang bermanfaat dalam aktivitas analisis strategis. Dengan analisis ini, organisasi dapat meminimalisir kelemahan dan menekan dampak ancaman yang harus dihadapi.

Jadi, secara umum manfaat analisis SWOT adalah:

- 1) Perusahaan menjadi lebih memahami kekuatannya dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkannya.
- 2) Perusahaan dapat melihat suatu peluang dan dapat mempertahankan peluang.
- 3) Perusahaan mengetahui kelemahan serta mencari solusi untuk mengurangi kelemahan tersebut.
- 4) Perusahaan mengetahui potensi ancaman serta mencari solusi untuk menghindari ancaman tersebut

D. KPR BTN Syariah

1. Pengertian KPR Syariah

Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) termasuk pembiayaan yang bersifat konsumtif, yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk pembiayaan yang bersifat kebutuhan konsumtif, seperti pembiayaan untuk pembelian rumah, kendaraan bermotor, pembiayaan pendidikan dan apapun yang bersifat konsumtif.²⁵

KPR atau Kredit Pemilikan Rumah Syariah adalah fasilitas kredit atau pembiayaan yang diberikan lembaga keuangan syariah dalam hal ini bank syariah bagi seluruh lapisan masyarakat untuk membantu memiliki rumah beserta tanah dengan fasilitas cicilan tetap dengan margin keuntungan yang telah disepakati bersama antar bank dan nasabah, yang mewajibkan nasabah untuk mengembalikan dana tersebut sesuai jangka waktu yang telah ditentukan bersama.

2. Pengertian KPR Bersubsidi

KPR Bersubsidi Syariah adalah sebuah kredit kepemilikan rumah yang menargetkan masyarakat dengan penghasilan menengah kebawah.²⁶ Jadi dengan adanya kredit ini diharapkan bisa meringankan masyarakat golongan menengah ke bawah dalam memenuhi kebutuhan rumah. Program untuk pemilik rumah dari Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Republik Indonesia yang ditujukan bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah

²⁵Heykal Mohammad, "Analisis Tingkat Pemahaman KPR Syariah Pada Bank Syariah Di Indonesia," Istilah: *Jurnal Binus Business Review* 5,2 (November 2014): 128

²⁶www.btn.co.id diakses pada tanggal 30 Maret 2019

(MBR) dengan suku bunga rendah dan cicilan ringan untuk pembeli rumah sejahtera tapak dan rumah sejahtera susun. KPR BTN iB syariah tersebut menggunakan *skim murabahah* (jual beli), sehingga cicilan pada KPR syariah dari awal akad sampai selesai tidak mengalami perubahan harga atau kenaikan yang dipengaruhi suku bunga.²⁷ Akad *Murabahah* adalah suatu kegiatan jual beli dimana dalam hal ini bank sebagai penjual memberitahukan harga asal/modal pembelian kepada konsumen (nasabah) dengan ditambah margin. Syarat-Syarat dan Ketentuan Pengajuan KPR BTN Bersubsidi iB

a. Syarat dan ketentuan :

- 1) Pemohon merupakan WNI berusia 21 tahun atau telah menikah.
- 2) Pemohon mempunyai NPWP dan SPT PPh Orang Pribadi sesuai ketentuan perundang-undang yang berlaku.
- 3) Pemohon telah bekerja / memiliki usaha minimal 1 (satu) tahun.
- 4) Pemohon memiliki penghasilan yang cukup untuk pembayaran angsuran sampai dengan fasilitas pembayaran lunas.
- 5) Pemohon dan pasangan belum memiliki rumah.
- 6) Pemohon dan pasangan belum pernah menerima subsidi pemerintah untuk pemilikan rumah.

²⁷ Solihin Ahmad Ifham, Buku Pintar Ekonomi Syariah (Jakarta: Gramedia, 2010), h. 85.

b. Pemohon melengkapi persyaratan dokumen sebagai berikut :

- 1) Pemohon melengkapi Formulir aplikasi pembayaran dilengkapi dengan pas photo terbaru pemohon dan pasangan.
- 2) Fotokopi KTP pemohon dan pasangan, Fotokopi Kartu Keluarga dan Fotokopi Surat Nikah/Cerai.
- 3) Asli slip gaji 3 (tiga) bulan terakhir dan Fotokopi SK Pengangkatan Pegawai Tetap/Surat Keterangan Kerja.
- 4) Surat Keterangan Penghasilan dan Surat Ijin Usaha/Surat Keterangan Usaha dari pihak yang berwenang.
- 5) Fotokopi NPWP dan SPT PPh Orang Pribadi.
- 6) Fotokopi Rekening Tabungan / Giro 3 (tiga) bulan terakhir.
- 7) Surat pernyataan belum memiliki rumah dari pemohon dan pasangan.
- 8) Surat pernyataan belum pernah menerima subsidi pemerintah untuk pemilikan rumah dari pemohon dan pasangan.

c. Biaya-biaya:

- 1) Biaya administrasi.
- 2) Biaya notaris.
- 3) Biaya appraisal.

3. Akad KPR BTN Bersubsidi iB Syariah

Akad yang digunakan dalam KPR BTN Bersubsidi iB ini adalah akad *murabahah* (jual beli). Murabahah adalah suatu bentuk transaksi jual-beli dengan tujuan utama berbagi laba/keuntungan penjualan antara pemodal dan

wakilnya. *Murabahah* berasal dari kata *ar-ribhu* dari bahasa Arab artinya kelebihan dan tambahan (keuntungan). Sedangkan sebagai istilah, *murabahah* adalah jual beli barang pada harga asal, dengan tambahan keuntungan yang disepakati.²⁸ Pelaksanaan akad ini telah ditetapkan oleh MUI Melalui Fatwa Dewan Syariah nasional Majelis Ulama Indonesia No: 111/DSN-MUI/IX/2017. Berdasarkan Fatwa MUI, *bai'al-murabahah* adalah akad jual beli suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sesuai yang disepakati bersama.²⁹

Akad *Murabahah* memiliki beberapa rukun yang telah digariskan oleh ulama guna menentukan sahnya akad tersebut, rukun yang dimaksud adalah :

- a. Penjual (*ba'i*) dianalogikan sebagai bank
- b. Pembeli (*musytari*) dianalogikan sebagai nasabah
- c. Barang yang diperjualbelikan (*mabi'*)
- d. Harga (*tsaman*) dianalogikan sebagai pricing atau plafond pembiayaan
- e. Ijab Qabul dianalogikan sebagai akad atau perjanjian, yaitu pernyataan persetujuan yang dituangkan dalam akad perjanjian.

Sedangkan untuk syarat pada akad ini adalah :

- a. Mengetahui harga pertama (harga pembelian)
- b. Mengetahui besarnya keuntungan. Mengetahui jumlah keuntungan adalah keharusan, karena merupakan bagian dari harga (*tsaman*), sedangkan mengetahui harga adalah syarat sahnya jual beli.

²⁸ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2011), h. 30.

²⁹ Bagya Agung, *Aspek Hukum Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah* (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2012), h. 25.

4. Akad jual beli harus dinyatakan secara tegas dan jelas serta dipahami dan dimengerti oleh penjual dan pembeli

5. Pengertian KPR Non Bersubsidi

Yaitu suatu KPR yang diperuntukan bagi seluruh masyarakat. Ketentuan KPR ditetapkan oleh bank, sehingga penentuan besarnya kredit maupun suku bunga dilakukan sesuai kebijakan bank yang bersangkutan.

a. Persyaratan KPR Non Bersubsidi

Secara umum persyaratan dan ketentuan yang diperlakukan oleh bank untuk nasabah yang akan mengambil KPR relatif sama. Baik dari sisi administrasi maupun dari sisi penentuan kreditnya. Untuk mengajukan KPR, pemohon harus melampirkan:

1. KTP suami dan atau istri (bila sudah menikah)
2. Kartu Keluarga
3. Keterangan penghasilan atau slip gaji.
4. Laporan keuangan (untuk wiraswasta)
5. NPWP Pribadi (untuk kredit di atas Rp. 100 juta)
6. SPT PPh Pribadi (untuk kredit di atas Rp. 50 juta).
7. Foto kopi sertifikat induk dan atau pecahan (bila membelinya dari developer)
8. Foto kopi sertifikat (bila jual beli perorangan)
9. Foto kopi IMB

b. Biaya Proses KPR Non Bersubsidi

Pada umumnya fasilitas KPR Non Bersubsidi pemohon akan dikenakan beberapa biaya, diantaranya : biaya appraisal, biaya notaris, provisi bank, biaya asuransi kebakaran, biaya premi asuransi jiwa selama masa kredit.

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Bank Tabungan Negara Syariah

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia bermula dari Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan, dimana perbankan bagi hasil di akomodasi. Dengan disetujui Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang perubahan Undang-Undang No. 7 tahun 1992, maka berdirilah bank syariah pertama di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia pada tanggal 1 Nopember 1991 dan pada tanggal 1 Mei 1992 Bank Muamalat Indonesia mulai beroperasi. Undang-Undang tersebut kemudian diikuti dengan sejumlah ketentuan pelaksanaan dalam bentuk SK DIR BI No. 32/34/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 tentang BUS, SK DIR BI No. 32/36/KEP/DIR tanggal 2 Mei 1999 BUS dan Peraturan Bank Indonesia No. 2/15/PBI/2000 tanggal 12 Juni 2000 tentang perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional menjadi Bank Umum Berdasarkan Prinsip Syariah. Peraturan yang memberikan kesempatan yang luas untuk mengembangkan pembukaan kantor bank berdasarkan prinsip syariah oleh bank umum konvensional dan mengembangkan jaringan perbankan syariah antara lain melalui izin pembukaan kantor cabang syariah (KCS) oleh bank konvensional.³⁰

³⁰www.btn.co.id diakses pada tanggal 30 Maret 2019

Dilatarbelakangi kesadaran umat Islam khususnya dan masyarakat umumnya untuk memanfaatkan sistem perbankan syariah disertai dengan komitmen PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk untuk memberikan yang terbaik bagi masyarakat yang membutuhkan jasa keuangan syariah, maka Rapat Umum Pemegang Saham (RPUS) PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk tentang pengesahan rencana kerja dan anggaran perusahaan tahun 2004, mengamanatkan pembentukan unit usaha syariah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk sebagai unit bisnis dalam rangka meningkatkan kualitas dan kuantitas layanan kepada nasabah melalui penyediaan alternatif layanan secara *Dual Banking System*.

Untuk menindaklanjuti keputusan RUPS tersebut, pada tanggal 4 November 2004 PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk telah memberikan Unit Usaha Syariah (UUS) yang bertugas mengelola unit bisnis perbankan berdasarkan prinsip syariah sekaligus menunjuk konsultan pendamping pembentuk Unit Usaha Syariah (UUS) PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk yaitu PT. Batasa Tazkia. Alhamdulillah Bank Indonesia melalui surat No Surat No 6/1350/Dpbs tanggal 15 Desember 2004 telah memberikan izin prinsip bagi pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank Tabungan Negara.

Pada tanggal 14 Februari 2005 bertepatan dengan 5 Muharram 1426 H, telah diadakan cara pembukaan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah yang pertama yaitu di Jakarta, 22 Februari 2005 pembukaan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Bandung, tanggal 30 Maret 2005 pembukaan Kantor Cabang Syariah

Yogyakarta, pada tanggal 11 April 2005 dibuka Kantor Cabang Syariah Makassar, pada tanggal 01 Desember 2005 dibuka Kantor Cabang Syariah Malang, 29 Desember 2005 dibuka Kantor Cabang Syariah Solo, dan selanjutnya pada tanggal 15 Desember 2006 dibuka Kantor Cabang Syariah Batam. Sejak tanggal 19 Desember 2006 berdasarkan surat Bank Indonesia No. 8/2682/Dpbs Bank Tabungan Negara Syariah Medan tercatat sebagai Kantor Cabang Syariah yang ke 9 dan telah diresmikan pada tanggal 22 Februari 2007 oleh Gubernur Sumatera Utara dan Gubernur BI Cabang Medan, sehingga pada tahun 2007 direncanakan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk akan mempunyai 24 Kantor Cabang Syariah (KCS).

Kehadiran PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah (KCS) Medan merupakan bentuk kepedulian manajemen Bank BTN untuk ikut serta melayani masyarakat dan membangun wilayah barat Indonesia terutama di wilayah Sumatera Utara dengan mempertimbangkan efisiensi dan efektifitas dalam berbisnis dan berusaha.

PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Medan mempunyai dasar pemikiran yang berdasarkan ketentuan dan aturan yang berkaitan dengan perbankan syariah yaitu sebagai berikut:

1. Undang-Undang No 21 Tahun 2008.
2. Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No 32/23/Kep/Dir tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Umum berdasarkan prinsip syariah, perubahan kegiatan usaha dan pembukaan KCS (Kantor Cabang Syariah).

3. Surat dari Bank Indonesia No 6/1350/Dpbs tanggal 15 Desember 2004 tentang pemberian izin prinsip bagi pembukaan KCS (Kantor Cabang Syariah) Bank Tabungan Negara.
4. Peraturan Bank Indonesia No 2/7/PBI/2000 tanggal 27 Februari 2000 tentang Giro Wajib Minimum dalam rupiah dan valuta asing bagi bank umum yang telah melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.
5. Peraturan Bank Indonesia No 2/14/PBI/2000 tanggal 9 Juni 2000 tentang penyelenggaraan kliring lokal dan penyelesaian akhir transaksi pembayaran antar bank dan kliring lokal.
6. Surat Bank Indonesia No 7/218/Dpbs tanggal 8 Maret 2005 perihal ketentuan Dewan Pengawas Syariah dan Kegiatan Usaha Bank Konvensional yang melakukan kegiatan Unit Usaha Syariah (UUS).
7. Peraturan Pemerintah RI No 24 Tahun 1992 tentang penyesuaian.
8. Bentuk Hukum Bank Tabungan Negara menjadi Perusahaan Perseorangan (Persero).
9. Pada bulan Desember 2009 PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk telah resmi *Go Publik* dengan menjual saham pada masyarakat maupun pegawai intern Bank BTN sehingga dapat menambah Tbk pada nama belakangnya.
10. PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah (KCS) didirikan sejak tanggal 14 Februari 2005 di Jakarta saat ini, dengan jaringan outlet BTN Syariah yaitu sebagai berikut: Jakarta

Harmoni, Jakarta Pasar Minggu, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Makassar, Malang, Solo, Batam, Medan, Tangerang, Bogor, Bekasi, Pekanbaru, Semarang, Banjarmasin, Cirebon, Palembang, Balikpapan, Cilegon, Tegal, Tasikmalaya, Banda Aceh.

B. Visi dan Misi Bank Tabungan Negara Syariah

- a. Visi Unit Usaha Syariah Bank Tabungan Negara adalah “Terdepan dan terpercaya dalam memfasilitasi sektor perumahan dan jasa layanan keuangan keluarga”.
- b. Misi Unit Usaha Syariah Bank Tabungan Negara adalah
 - 1) Berperan aktif dalam mendukung sektor perumahan, baik dari sisi penawaran maupun dari sisi permintaan, yang terintegrasi dalam sektor perumahan di Indonesia.
 - 2) Memberikan layanan unggul dalam pembiayaan kepada sektor perumahan dan kebutuhan keuangan keluarga.
 - 3) Meningkatkan keunggulan kompetitif melalui inovasi pengembangan produk, jasa dan jaringan strategis berbasis digital.
 - 4) Menyiapkan dan mengembangkan *human capital* yang berkualitas, profesional, dan memiliki integritas tinggi.
 - 5) Meningkatkan *shareholder value* dengan fokus kepada peningkatan pertumbuhan profitabilitas sesuai dengan prinsip kehati-hatian dan *good corporate governance*.

- 6) Memedulikan kepentingan masyarakat sosial dan lingkungan secara berkelanjutan.

C. Tujuan Pendirian Unit Usaha Syariah Bank Tabungan Negara

- a. Memperluas dan menjangkau segmen masyarakat yang menghendaki produk perbankan syariah.
- b. Meningkatkan daya saing Bank Tabungan Negara dalam layanan jasa perbankan.
- c. Mempertahankan loyalitas nasabah Bank Tabungan Negara yang menghendaki transaksi perbankan berdasarkan prinsip syariah.
- d. Memberikan keseimbangan dalam pemenuhan kepentingan segenap *stakeholders* serta memberikan ketentraman pada segenap nasabah dan pegawai.

D. Budaya Kerja Bank Tabungan Negara Syariah

Lima Budaya kerja PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Medan terdiri dari SIIPS, diantaranya yaitu:

- a. Sinergi

Membangun kerjasama yang sinergis dengan seluruh *stakeholders* dilandasi sikap tulus, terbuka dan mendorong kolaborasi yang produktif dengan menjunjung tinggi sikap saling percaya dan menghargai untuk mencapai tujuan bersama.

b. Integritas

Konsisten antara pikiran, perkataan dan tindakan sesuai dengan ketentuan perusahaan, kode etik profesi dan prinsip-prinsip kebenaran yang terpuji.

c. Inovasi

Senantiasa mengembangkan gagasan baru dan penyempurnaan berkelanjutan yang memberi nilai tambah bagi perusahaan.

d. Profesionalisme

Visioner, kompeten di bidangnya, selalu mengembangkan diri dengan teknologi terkini sehingga menghasilkan kinerja terbaik.

e. Spirit mencapai keunggulan

Menunjukkan semangat dan komitmen yang kuat untuk mencapai hasil terbaik serta memberikan pelayanan yang melebihi harapan pelanggan (internal dan eksternal) dengan menempatkan pentingnya aspek kualitas di setiap kegiatan serta risiko yang telah diperhitungkan.

Sepuluh perilaku pekerja PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Medan, diantaranya yaitu:

1. Tulus, Terbuka dan Kolaborasi yang Produktif.
2. Saling Percaya dan Menghargai.
3. Konsisten dan disiplin.
4. Jujur dan Berdedikasi.
5. Tanggap terhadap perubahan.

6. Kreatif & Inovatif dalam melakukan penyempurnaan yang bernilai tambah.
7. Kompeten, Intrapreneurship dan Bertanggungjawab.
8. Bekerja Cerdas dan Berorientasi pada hasil.
9. Antusias, Proaktif dan Pantang Menyerah.
10. Efektif, Efisien dan Mengutamakan Kepuasan Pelanggan.

E. Produk Pembiayaan Pada Bank Tabungan Negara Syariah

a. Pembiayaan KPR BTN iB

Produk pembiayaan dalam rangka pembelian rumah, ruko, rukan, rusun/apartemen bagi nasabah perorangan dengan menggunakan prinsip akad *murabahah* (jual beli).

1) Persyaratan Nasabah :

- a) Mengisi formulir permohonan.
- b) Menyerahkan fotokopi identitas diri (KTP, KK, Akta Nikah).
- c) Menyerahkan fotokopi slip/keterangan gaji atau keterangan penghasilan.
- d) Menyerahkan fotokopi SK Pegawai atau Keterangan Kerja dari Perusahaan.
- e) Menyerahkan fotokopi Ijin Usaha untuk wiraswasta (Akta Pendirian, Domisili Usaha, TDP, SIUPP, NPWP, dll).

2) Persyaratan Jaminan :

- a) SHM (Sertifikat Hak Milik) atau SHGB (Sertifikat Hak Guna Bangunan).
- b) IMB (Izin Mendirikan Bangunan).
- c) PBB (Pajak Bumi dan Bangunan).

b. Pembiayaan KPR Indensya BTN iB

Produk pembiayaan dalam rangka pembelian rumah, ruko, rukan, rusun/apartemen secara inden (atas dasar pesanan), bagi nasabah perorangan dengan menggunakan prinsip akad *Istishna'* (jual beli atas dasar pesanan), dengan pengembalian secara tangguh (cicilan bulanan) dalam jangka waktu tertentu.

1) Persyaratan Nasabah :

- a) Mengisi formulir permohonan.
- b) Menyerahkan fotokopi identitas diri (KTP, KK, Akta Nikah).
- c) Menyerahkan fotokopi slip/keterangan gaji atau keterangan penghasilan.
- d) Menyerahkan fotokopi SK Pegawai atau Keterangan Kerja dari Perusahaan.
- e) Menyerahkan fotokopi Ijin Usaha untuk wiraswasta (Akta Pendirian, Domisili Usaha, TDP, SIUPP, NPWP, dll).

2) Persyaratan Jaminan :

- a) SHM (Sertifikat hak Milik) atau SHGB (Sertifikat Hak Guna Bangunan).
- b) IMB (Izin Mendirikan Bangunan).
- c) PBB (Pajak Bumi dan Bangunan).

c. Pembiayaan Kendaraan Bermotor BTN iB

Produk pembiayaan dalam rangka pembelian kendaraan bermotor (mobil dan sepeda motor) bagi nasabah perorangan dengan menggunakan prinsip akad *murabahah* (jual beli).

1) Persyaratan :

- a) Mengisi formulir permohonan.
- b) Menyerahkan fotokopi identitas diri (KTP, KK, Akta Nikah).
- c) Menyerahkan fotokopi slip/keterangan gaji atau keterangan penghasilan.
- d) Menyerahkan fotokopi surat keterangan pegawai atau keterangan kerja dari perusahaan.
- e) Menyerahkan fotokopi ijin usaha untuk wiraswasta (Akte Pendirian, Domisili Usaha, TDP, SIUPP, NPWP, dll).

2) Kelengkapan tambahan jika dinyatakan layak pernyataan penyerahan dan kuasa pengambilan dokumen jika nasabah tidak mampu membayar angsuran lebih dari 60 hari.

d. Pembiayaan Modal Kerja BTN iB

Produk pembiayaan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan belanja modal kerja nasabah lembaga/perusahaan dengan menggunakan prinsip akad *mudharabah* (Bagi Hasil), dengan rencana pengembalian berdasarkan proyeksi kemampuan *cashflow*(arus kas) nasabah.

1) Persyaratan :

- a) Menyerahkan surat permohonan pembiayaan.
- b) Menyerahkan fotokopi legalitas usaha (Akte Pendirian, Domisili Usaha, TDP, SIUP, NPWP).
- c) Menyerahkan Laporan Keuangan.
- d) Menyerahkan fotokopi rekening bank 3 bulan terakhir.
- e) Menyerahkan fotokopi Ijin Usaha untuk wiraswasta (Akte Pendirian, Domisili Usaha, TDP, SIUPP, NPWP, dll).

e. Pembiayaan Konstruksi BTN iB

Produk pembiayaan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan belanja modal kerja pengembang perumahan untuk membangun proyek perumahan dengan menggunakan prinsip akad *Musyarakah* (Bagi Hasil), dengan rencana pengembalian berdasarkan proyeksi kemampuan *cashflow* nasabah.

1) Persyaratan :

- a) Menyerahkan surat permohonan pembiayaan.

- b) Menyerahkan fotokopi legalitas usaha(Akta Pendirian,Domisili Usaha,TDP,SIUP,NPWP). Menyerahkan legalitas proyek: Ijin Lokasi, *site plan*, IMB, bukti penguasaan lahan.
- c) Menyerahkan RAB (Rancangan Anggaran Biaya) Proyek dan proyeksi *cashflow*.
- d) Laporan Keuangan 2 tahun terakhir.
- e) Menyerahkan fotokopi rekening bank 3 bulan terakhir.

f. Pembiayaan Investasi BTN iB

Produk pembiayaan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan belanja barang modal (*capital expenditure*) perusahaan/lembaga dengan menggunakan prinsip akad *Murabahah* (Jual Beli)dan/atau*Musyarakah* (Bagi Hasil), dengan rencana pengembalian berdasarkan proyeksi kemampuan *cashflow* nasabah.

1) Persyaratan :

- a) Menyerahkan surat permohonan pembiayaan.
- b) Menyerahkan fotokopi legalitas usaha (Akta Pendirian, Domisili Usaha, TDP, SIUP, Menyerahkan NPWP).
- c) Menyerahkan legalitas proyek: Ijin Lokasi, *site plan*, IMB, bukti penguasaan lahan.
- d) Menyerahkan RAB Proyek dan proyeksi *cashflow*.
- e) Laporan Keuangan 2 tahun terakhir.
- f) Menyerahkan fotokopi rekening bank 3 bulan terakhir

- g) Legalitas dan perijinan perusahaan.
- h) Kinerja keuangan dan spesifikasi kebutuhan capex.

g. Tunai Emas BTN iB

Tunai Emas BTN iB adalah pinjaman kepada nasabah berdasarkan prinsip *qardh* yang diberikan oleh bank kepada nasabah berdasarkan kesepakatan, yang disertakan dengan Surat Gadai sebagai penyerahan *Marhun* (Barang Jaminan) untuk jaminan pengembalian seluruh atau sebagian hutang nasabah kepada Bank.

1) Persyaratan :

- a) Warga Negara Indonesia.
- b) Berusia minimal 17 tahun.
- c) Menyerahkan fotokopi KTP atau identitas lainnya (SIM,Paspor,dll) yang masih berlaku.
- d) Menyerahkan NPWP untuk pembiayaan diatas 100 juta rupiah.

2) Barang jaminan yang dapat dititipkan dan dipelihara :

- a) Emas batangan/lantakan.
- b) Emas perhiasan.
- c) Uang emas.
- d) Koin emas.

3) Ketentuan

- a) Biaya sewa ditetapkan pada saat pembiayaan diajukan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

b) Biaya administrasi.

1. < 100 gr = Rp 10.000

2. 100 gr s.d 200 gr = Rp 12.500

3. 200 gr s.d 300 gr = Rp 15.000

4. > 300 gr = Rp 17.500

h. KPR BTN Bersubsidi iB

KPR Bersubsidi iB adalah produk pembiayaan BTN Syariah guna pembelian rumah bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) dengan menggunakan prinsip *Murabahah* (jual beli).

1) Syarat dan Ketentuan :

a) Pemohon merupakan WNI berusia 21 tahun atau telah menikah.

b) Pemohon mempunyai NPWP dan SPT PPh Orang Pribadi sesuai ketentuan perundang-undang yang berlaku.

c) Pemohon telah bekerja / memiliki usaha minimal 1 (satu) tahun.

Pemohon memiliki penghasilan yang cukup untuk pembayaran angsuran sampai dengan fasilitas pembayaran lunas.

d) Pemohon dan pasangan belum memiliki rumah.

e) Pemohon dan pasangan belum pernah menerima subsidi pemerintah untuk pemilikan rumah.

2) Pemohon melengkapi persyaratan dokumen sebagai berikut.

a) Formulir aplikasi pembayaran dilengkapi dengan pas photo terbaru pemohon dan pasangan.

- b) Fotokopi KTP pemohon dan pasangan, Fotokopi Kartu Keluarga dan Fotokopi Surat Nikah/Cerai.
 - c) Asli slip gaji 3 (tiga) bulan terakhir dan Fotokopi SK Pengangkatan Pegawai Tetap/Surat Keterangan Kerja.
 - d) Surat Keterangan Penghasilan dan Surat Ijin Usaha/Surat Keterangan Usaha dari pihak yang berwenang.
 - e) Fotokopi NPWP dan SPT PPh Orang Pribadi.
 - f) Fotokopi Rekening Tabungan / Giro 3 (tiga) bulan terakhir.
 - g) Surat pernyataan belum memiliki rumah dari pemohon dan pasangan.
 - h) Surat pernyataan belum pernah menerima subsidi pemerintah untuk pemilikan rumah dari pemohon dan pasangan.
- 3) Biaya-biaya:
- a) Biaya administrasi.
 - b) Biaya notaris.
 - c) Biaya appraisal.

i. Pembiayaan bangun rumah BTN iB

Pembiayaan bangun rumah BTN iB adalah fasilitas pembiayaan berdasarkan akad *Murabahah* (jual beli), yang diperuntukan bagi pemohon yang memenuhi persyaratan yang ditentukan oleh bank untuk membiayai pembangunan atau renovasi rumah, ruko, atau bangunan lain diatas tanah yang sudah dimiliki baik untuk dipakai sendiri maupun untuk disewakan.

1) Persyaratan :

- a) Mengisi formulir permohonan.
- b) Menyerahkan fotokopi identitas diri (KTP, KK, Akta Nikah).
- c) Menyerahkan fotokopi slip/keterangan gaji atau keterangan penghasilan.
- d) Menyerahkan fotokopi SK Pegawai atau Keterangan Kerja dari Perusahaan.
- e) Menyerahkan fotokopi Ijin Usaha untuk wiraswasta (Akta Pendirian, Domisili Usaha, TDP, SIUPP, NPWP, dll).
- f) Menyampaikan rencana pembangunan dan RAB.

j. Multimanfaat BTN iB

Multimanfaat BTN iB merupakan pembiayaan konsumtif perorangan yang ditunjukkan khusus bagi para pegawai dan pensiunan yang manfaat pensiunnya dibayarkan melalui jasa *Payroll* BTN Syariah. Multimanfaat BTN iB digunakan untuk keperluan pembelian berbagai jenis barang yang bermanfaat sesuai kebutuhan dan tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku, seperti barang elektronik, furniture dan alat rumah tangga, serta barang kebutuhan lainnya.

1) Proses Akad

Akad yang digunakan adalah *Murabahah* (Jual Beli).

2) Jangka Waktu

Jangka waktu pembiayaan maksimal adalah 60 (enam puluh bulan).

3) Persyaratan dan Kelengkapan

- a) Warga Negara Indonesia yang berusia minimal 21 tahun atau telah menikah dan berwenang melakukan tindakan hukum.
- b) Karyawan/pegawai minimal 1 tahun.
- c) Melengkapi aplikasi Permohonan Pembiayaan dan data yang diperlukan seperti fotokopi kartu keluarga, fotokopi surat nikah/cerai, pas photo, fotokopi rekening bank 3 bulan terakhir serta data lainnya yang dibutuhkan sesuai syarat dan ketentuan yang berlaku.

k. Multijasa BTN iB

Multijasa BTN iB merupakan pembiayaan yang dapat digunakan untuk keperluan mendanai berbagai kebutuhan layanan jasa bagi nasabah seperti: paket biaya pendidikan, paket biaya pernikahan, paket biaya *travelling* (perjalanan wisata), paket biaya umroh/haji *plus*, paket biaya kesehatan, paket biaya jasa lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

1) Proses Akad

Menggunakan akad *kafalah* dengan konsep Bank sebagai penanggung/penjamin jasa layanan yang diselenggarakan penyelenggara layanan jasa atau pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban yang ditanggung nasabah dalam rangka mengambil manfaat dari layanan jasa tersebut sesuai kebutuhan. Atas manfaat dari layanan jasa yang dipilih, nasabah membayar *ujroh (fee)* sesuai ketentuan bank.

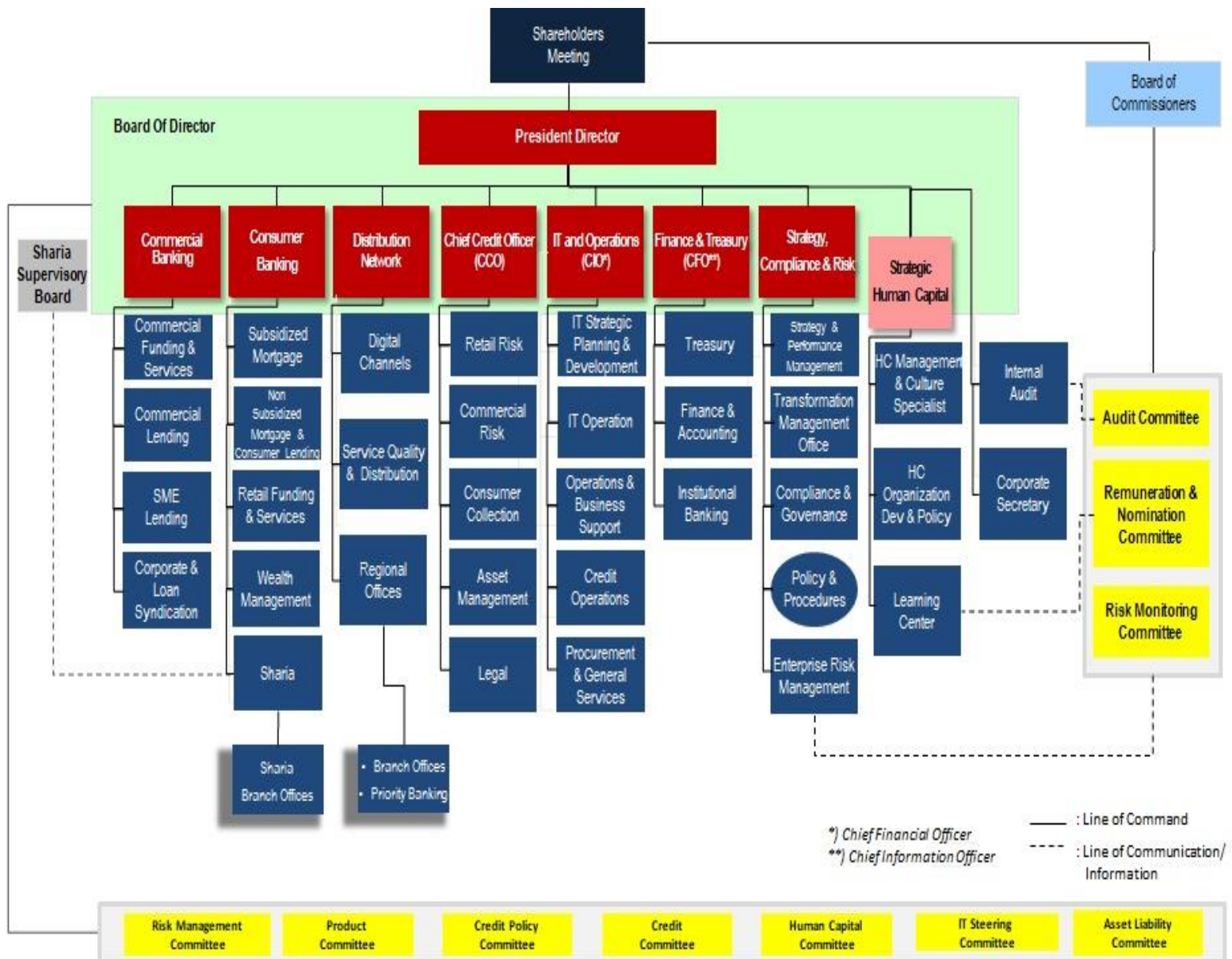
l. Talangan Haji BTN iB.

Talangan haji BTN iB merupakan pinjaman dana kepada nasabah tabungan BTN Haji iB yang membutuhkan dana talangan untuk menunaikan ibadah haji dengan akad berdasarkan prinsip *qardh*.

F. Struktur Organisasi Bank Tabungan Negara Syariah

Suatu perusahaan sangat memerlukan adanya struktur organisasi perusahaan yang bertujuan untuk mempermudah pimpinan dan seluruh bawahannya dalam melaksanakan tugas dan mengetahui batasan-batasan tugasnya, serta memberikan wewenang dan tanggungjawab atas tugasnya sehingga pada akhirnya akan berjalan sistematis untuk mencapai tujuan organisasi. Adapun kelebihan dan keuntungan perusahaan yang menggunakan struktur organisasi yaitu untuk membantu mencapai target perusahaan, membantu dalam *job description* karyawan, menganalisis beban kerja, membantu dalam perhitungan sistem remunerasi karyawan perusahaan, membantu perencanaan dan alokasi sumber daya perusahaan, memberikan kejelasan pada garis koordinasi antar fungsi serta pembagian wewenang dan tanggung jawab, mengurangi konflik internal yang terjadi di dalam perusahaan, dan meningkatkan moral dan motivasi kerja karyawan.

Bagan struktur organisasi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Medan dapat dilihat dalam gambar berikut ini.



Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Bank Tabungan Negara Syariah

BAB IV

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Produk KPR BTN Bersubsidi iB di BTN Syariah

Berdasarkan hasil wawancara 20 Februari 2019 dengan karyawan Bank BTN Syariah KCS Medan bagian *financing service*, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan untuk memasarkan produk KPR BTN Bersubsidi iB di BTN Syariah ini dengan berbagai macam cara. Bagi dunia perbankan yang berorientasi pada profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan merupakan suatu keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat dipenuhi demi tercapainya profit perusahaan. Jika sebuah bank ingin mendapatkan profit yang besar maka bank harus mendapatkan banyak nasabah walaupun hanya nasabah tabungan.

Pelayanan prima biasanya berhubungan erat dengan bisnis jasa pelayanan yang dilakukan dalam upaya untuk memberikan rasa puas dan menumbuhkan kepercayaan terhadap pelanggan atau diperhatikan dengan baik dan benar. Pentingnya pelayanan prima terhadap pelanggan juga merupakan strategi dalam rangka memenangkan persaingan. Akan tetapi tidak cukup hanya memberikan rasa puas dan perhatian terhadap pelanggan saja, lebih dari itu adalah bagaimana cara merespon keinginan pelanggan, sehingga dapat menimbulkan kesan positif dari pelanggan. Pelayanan prima harus ditunjang

oleh kualitas sumber daya manusia yang handal, mempunyai visi yang jauh ke depan dan dapat mengembangkan strategi dan kiat pelayanan prima yang mempunyai unggulan.

Disamping itu, strategi pemasaran yang digunakan Bank BTN Syariah Medan untuk memasarkan produk KPR BTN Bersubsidi iB adalah dengan *marketing mix* (bauran pemasaran). Elemen bauran pemasaran meliputi 4P, yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat/Saluran Distribusi), *Promotion* (Promosi).

1. *Product* (Produk)

Bank BTN Syariah memanfaatkan produk-produk pembiayaan KPR yang mereka keluarkan untuk menarik minat masyarakat menjadi nasabah mereka. Dengan sangat mengerti dan memahami kebutuhan beragam masyarakat, maka bank BTN Syariah memiliki produk-produk pembiayaan yang bermanfaat bagi para nasabahnya, seperti KPR BTN Bersubsidi iB.

2. *Price* (Harga)

Penetapan harga merupakan suatu hal penting, perusahaan akan melakukan hal ini dengan penuh pertimbangan karena penetapan harga akan dapat mempengaruhi pendapatan total dan biaya. Harga merupakan faktor utama penentu posisi dan harus diputuskan sesuai dengan pasar sasaran, bauran ragam produk, dan pelayanan, serta persaingan. BTN syariah pun memberikan harga yang terjangkau untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya, mulai dari uang muka ringan mulai dari 1%, suku bunga 5% tetap, jangka waktu hingga 20 tahun, subsidi bantuan uang muka sebesar Rp. 4 juta rupiah

(khusus rumah tapak), bebas premi asuransi dan PPN, jaringan kerjasama yang luas dengan *developer* di seluruh Indonesia.

3. *Place* (Tempat)

Tempat atau lokasi strategis akan menjadi salah satu keuntungan bagi perusahaan karena mudah terjangkau oleh konsumennya. Dalam pemilihan lokasi, BTN Syariah mempertimbangkan untuk membuka cabang baru kantornya pada wilayah yang cukup strategis dimana sering terjadi transaksi keuangannya dari lokasi ia membuat usahanya ataupun kantornya.

4. *Promotion* (Promosi)

Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah mengenal bank. Oleh karena itu, promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya.

Dalam praktiknya paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat dilakukan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Promosi yang dilakukan oleh Bank BTN KCS Medan adalah dengan mengikuti pameran, membuka stand di bazaar atau acara-acara tertentu yang bertujuan untuk menarik, dan mempengaruhi calon nasabahnya. Adapun metode yang digunakan adalah:

1. Periklanan

Periklanan adalah media promosi dengan menggunakan objek tertentu sebagai media promosi. Periklanan di Bank Tabungan Negara KCS diantaranya adalah:

a. Brosur

Brosur adalah media promosi sederhana yang digunakan Bank Tabungan Negara KCS Medan untuk mengkomunikasikan produk pembiayaan KPR kepada masyarakat/nasabah. Biasanya satu jenis brosur berisi informasi satu produk. Brosur produk pembiayaan KPR BTN Syariah biasanya diletakkan dengan rapi di meja pengisian *form* dan juga di meja *customer service*. Hal ini dilakukan agar setiap nasabah yang datang untuk mengisi form ataupun ke *customer service* dapat melihat brosur tersebut. Brosur ini juga diberikan kepada nasabah jika diminta, sehingga nasabah bisa membaca informasi tabungannya dengan jelas, yang diharapkan nantinya nasabah akan tertarik.

b. Spanduk

Spanduk BTN syariah diletakkan di tempat-tempat umum yang selalu dilalui banyak orang, atau daerah pusat keramaian, ada juga spanduk kecil yang diletakkan di BTN KCS Medan, spanduk ini bisa berisi informasi mengenai produk pembiayaan KPR Syariah, maupun informasi bonus-bonus berhadiah.

c. Website

Website adalah media promosi yang paling lengkap mengenai BTN KCS Medan secara umum, bukan hanya berisi informasi tentang produk tabungan,

melainkan juga tentang sejarah Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah, perkembangan, produk pendanaan, pembiayaan, layanan, dan lain sebagainya. Di website BTN Syariah produk pembiayaan KPR dipaparkan secara jelas mengenai fitur tabungan, keunggulan, persyaratan pembukaan rekening dan lain sebagainya.

2. Penjualan Perorangan (*Personal selling*)

Promosi penjualan perorangan adalah promosi yang dilakukan BTN KCS Medan dengan melakukan interaksi langsung atau bertatap muka antara pihak bank dengan nasabah atau calon nasabah guna melakukan *presentase* produk pembiayaan KPR Syariah, menjawab pertanyaan dari nasabah atau calon nasabah, dan menerima pesan. Metode ini biasanya digunakan BTN KCS Medan untuk mempromosikan produk pembiayaan KPR BTN Bersubsidi iB.

3. Promosi Penjualan

Promosi penjualan biasanya dilakukan dengan mensponsori acara-acara tertentu. Dalam hal ini BTN KCS Medan mensponsori sebuah acara yang nantinya dalam acara tersebut dapat dijadikan peluang untuk mempromosikan produk pembiayaan KPR BTN Bersubsidi iB, pihak bank akan meminta waktu untuk melakukan promosi. BTN KCS Medan akan mensponsori acara-acara yang bernuansa Islami ataupun yang tidak bertentangan dengan ajaran islam.

4. Publisitas

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial serta kegiatan lainnya.

Tujuannya adalah agar nasabah mengenal bank lebih dekat. Dengan ikut kegiatan tersebut, nasabah akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah kegiatan dapat dilakukan sebagai berikut:³¹

- f. Ikut Pameran.
- g. Ikut bakti social.
- h. Ikut kegiatan amal.

B. Strategi Pemasaran Produk KPR BTN Bersubsidi iB Ditinjau Dari

Analisis SWOT di BTN Syariah

Berdasarkan wawancara 20 Februari 2019 dengan karyawan pada BTN Syariah bagian *marketing*, strategi pemasaran produk KPR BTN Bersubsidi iB Ditinjau dari analisis SWOT di BTN Kantor Cabang Syariah Medan, berisi Kekuatan (*Strenght*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threathts*) yang disimpulkan sebagai berikut:

1. Kekuatan (*Strenght*)

- a) BTN Syariah telah ditetapkan oleh pemerintah sebagai penyalur KPR terbaik, hal ini menyebabkan BTN Syariah mudah untuk memasarkan produk KPRnya.
- b) Dalam memasarkan produk KPR, BTN Syariah melakukan *Gathering* setiap tahun dan ikut dalam event-event pameran properti sehingga masyarakat dapat lebih mengenali produk KPR BTN Bersubsidi iB yang ada pada BTN Syariah Medan.

³¹ Bagus, Financing Service BTN KCS Medan, wawancara pribadi, Medan, 8 April 2019.

- c) Dari segi layanan, BTN Syariah Medan memberikan pelayanan yang baik saat memberitahu kepada calon nasabah yang ingin melakukan pembiayaan terhadap produk KPR Sejahtera sehingga masyarakat tertarik untuk mengambil pembiayaan di BTN Syariah Medan.

2. Kelemahan (*Weakness*)

- a. BTN Syariah lemah dalam memasarkan karena kurang adanya SDM yang mencukupi yaitu tidak adanya marketing yang memasarkan produk KPR BTN Bersubsidi iB.
- b. Kurang adanya komunikasi yang tepat kepada masyarakat tentang kelebihan-kelebihan produk KPR BTN Bersubsidi iB di BTN Syariah Medan.

3. Peluang (*Opportunities*)

- a. Masyarakat Indonesia khususnya masyarakat yang menetap di Medan masih banyak yang membutuhkan rumah sebagai hunian, hal ini memberikan peluang kepada BTN Syariah Medan dalam menjual produk KPRnya.
- b. Bank BTN Syariah telah ditetapkan oleh pemerintah sebagai penyalur KPR terbaik, maka peluang BTN Syariah memiliki peluang besar untuk mendapatkan nasabah pembiayaan KPR.
- c. Mengikuti event pameran property juga merupakan peluang yang baik untuk BTN Syariah mendapatkan nasabah pembiayaan KPR.

4. Ancaman (*Threats*)

Banyaknya bank lain yang sekarang juga memiliki produk KPR BTN Bersubsidi iB yang membuat BTN Syariah Medan terancam untuk kehilangan nasabahnya. Bank lain juga menggunakan strategi yang kurang lebih sama dengan BTN Syariah dalam memasarkan produk KPR.³²

Maka, fungsi dari Analisis SWOT adalah untuk menganalisa mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan yang dilakukan melalui pemeriksaan terhadap kondisi internal perusahaan, serta analisa mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dilakukan melalui pemeriksaan terhadap kondisi eksternal perusahaan.

C. Realisasi Distribusi Produk Pembiayaan KPR BTN Sejahtera IB Pada Bank BTN Syariah Kantor Cabang Medan

Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Medan merupakan unit usaha syariah BTN konvensional memegang *market share* KPR terbesar di Indonesia dan menjadi kontributor utama dalam program perumahan rakyat yang ditujukan dengan penyalur KPR FLPP tertinggi.³³

Meskipun sebagai penyalur KPR Bersubsidi terbesar di Indonesia, BTN Syariah juga pernah mengalami penurunan dalam mendistribusikan produk

³²Rio Wijaya, Marketing BTN KCS Medan, wawancara pribadi, Medan, 4 Maret 2019.

³³ Regina Apriliana, *Financing Administrasi*, wawancara pribadi, Medan, 21 Februari 2019.

KPR BTN Syariah. Selama periode lima tahun BTN Syariah telah menunjukkan perkembangan yang lumayan baik dalam memasarkan produk KPR BTN Sejahtera iB.³⁴ Berikut ini adalah tabel perkembangan distribusi KPR BTN Sejahtera iB pada Bank BTN Kantor Cabang Syariah Medan.

Tabel 4.1

Realisasi distribusi KPR BTN Bersubsidi periode 2014-2018

TAHUN	UNIT
2014	9.328
2015	8.220
2016	7.112
2017	3.074
2018	5.198

Sumber :Laporan Perkembangan KPR BTN Bersubsidi iB di BTN Syariah Medan

Dari data diatas dapat dilihat bahwa distribusi produk KPR BTN Bersubsidi iB pada tahun 2014 telah menyalurkan produk KPR sebanyak 9.328 Unit, pada tahun berikutnya yaitu tahun 2015 mengalami peningkatan yaitu sebesar 8.220 Unit. Tahun selanjutnya yaitu 2016 BTN Syariah mengalami penurunan dalam penyaluran KPR yaitu 7.112 Unit, dan di tahun 2017 BTN Syariah mengalami penurunan yang sangat drastis yaitu 3.074. Pada tahun 2018 BTN Syariah mengalami peningkatan yang cukup memuaskan yaitu 5.198 Unit.

³⁴Putri Mutiara, *Consumer Financing Analyst*, wawancara pribadi, Medan, 25 Februari 2019.

Tahun 2017 BTN Syariah mengalami penurunan penyaluran produk KPR, hal ini disebabkan karena 2017 terjadi perubahan kebijakan pemerintah, yang mana untuk program FLPP Juli 2017, pemerintah memberikan 70% dari total pendanaan Bank untuk KPR subsidi, sementara bank membiayai sisa 30% dari kebutuhan dana. Dana tersebut kemudian diberikan kepada nasabah yang memenuhi syarat dalam bentuk KPR dengan tingkat bunga sebesar 7,25% pertahun dan jangka waktu sampai 20 tahun.³⁵

Kebijakan pemerintah lain yang menyebabkan BTN Kantor Cabang Syariah Medan mengalami penurunan dalam menyalurkan produk KPR Bersubsidi iB adalah pemerintah menetapkan harga jual maksimal untuk rumah atau rumah susun, sehingga hal ini membuat masyarakat tidak mau mengambil pembiayaan KPR di BTN Kantor Cabang Syariah Medan.

D. Peluang Dan Tantangan Pemasaran Produk KPR BTN Syariah Bersubsidi iB

a. Peluang Pemasaran Produk KPR BTN Syariah Berubsidi iB, yaitu :

1. calon nasabah di perbolehkan untuk melakukan konsultasi dengan pakar yang berpengalaman.
2. Tersedia layanan *chat* dan konsultasi dengan *customer service* yang siap membantu jika calon nasabah mengalami hambatan atau masalah dalam proses pembelian perumahan KPR BTN Syariah.

³⁵ KPR-FLPP Tahun 2017, *Pusat Pembiayaan Perumahan Kementerian Perumahan Republik Indonesia*.

3. BTN Syariah memiliki jaringan KPR yang terluas di seluruh Indonesia.
 4. Jangka waktu pelunasan KPR BTN Syariah lebih lama mencapai 20 tahun.
 5. Proses KPR BTN Syariah cepat dan mudah, Masyarakat Indonesia khususnya masyarakat yang menetap di Medan masih banyak yang membutuhkan rumah sebagai hunian, hal ini memberikan peluang kepada BTN Syariah Medan dalam menjual produk KPRnya.
 6. Bank BTN Syariah telah ditetapkan oleh pemerintah sebagai penyalur KPR terbaik, maka peluang BTN Syariah memiliki peluang besar untuk mendapatkan nasabah pembiayaan KPR.
- b. Tantangan Pemasaran Produk KPR BTN Syariah Berubsidi iB, yaitu :
1. Kurangnya kemauan generasi muda untuk membeli rumah. Mereka menganggap lebih baik menyewa apartement karena dinilai lebih mudah dan praktis. Sebab, biasanya apartemen itu sudah di lengkapi furnitur sehingga tidak perlu membeli barang – barang lagi.
 2. Banyaknya bank lain yang sekarang juga memiliki produk KPR, yang membuat BTN Syariah Medan terancam untuk kehilangan nasabahnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari rumusan masalah yang diajukan, analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang digunakan Bank BTN Syariah Medan untuk memasarkan produk KPR BTN Bersubsidi iB adalah dengan *marketing mix* (bauran pemasaran). Elemen bauran pemasaran meliputi 4P, yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat/Saluran Distribusi), *Promotion* (Promosi).
2. Berdasarkan startegi pemasaran KPR BTN Bersubsidi iB Bank Tabungan Negara syariah mampu memberikan harga yang terjangkau untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya, mulai dari uang muka ringan mulai dari 1%, suku bunga 5% tetap, jangka waktu hingga 20 tahun, subsidi bantuan uang muka sebesar Rp. 4 juta rupiah (khusus rumah tapak), bebas premi asuransi dan PPN, jaringan kerjasama yang luas dengan *developer* di seluruh indonesia.
3. Dengan adanya strategi pemasaran KPR BTN Bersubsidi iB Ditinjau dari Analisis SWOT BTN Syariah mampu bertahan dan unggul dari bank-bank lain di karena Bank Syariah ditetapkan oleh pemerintah sebagai penyalur KPR terbaik proses KPR BTN Syariah cepat dan mudah.

4. Berdasarkan data realisasi pembiayaan KPR BTN Bersubsidi iB dapat dilihat bahwa BTN Kantor Cabang Syariah Medan telah berhasil melakukan penyaluran produk KPR BTN Bersubsidi iB. Pada tahun 2017 BTN Syariah mengalami penurunan penyaluran produk KPR, hal ini disebabkan karena 2017 terjadi perubahan kebijakan pemerintah, yang mana untuk program FLPP Juli 2017, pemerintah memberikan 70% dari total pendanaan Bank untuk KPR subsidi, sementara bank membiayai sisa 30% dari kebutuhan dana. Dana tersebut kemudian diberikan kepada nasabah yang memenuhi syarat dalam bentuk KPR dengan tingkat bunga sebesar 7,25% pertahun dan jangka waktu sampai 20 tahun.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah ditarik dari pembahasan sebelumnya, maka diajukan saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan distribusi penyaluran KPR BTN Bersubsidi iB di Bank Tabungan Negara Cabang Syariah Medan, maka perlu adanya marketing yang sesuai dan pandai dalam memasarkan produk KPR BTN Bersubsidi iB di Bank Tabungan Negara Cabang Syariah Medan agar mampu menarik lebih banyak nasabah pembiayaan KPR BTN Bersubsidi iB.
2. Dengan adanya kekuatan sebagai Bank penyalur KPR terbesar di Indonesia, maka BTN Syariah disarankan mampu mempertahankan nama

baik BTN sebagai penyalur KPR terbesar serta mempertahankan nasabah yang telah melakukan pembiayaan KPR di BTN Kantor Cabang Syariah Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinto, Muhammad dan Rizki, Lutfi. *Fiqih Perencanaan Keuangan Syariah*, Depok: Mudamapan Publishing, 2010.
- Agung, Bagya. *Aspek Hukum Pembiayaan Murabahah Pada Perbankan Syariah*, Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2012.
- Apriliana, Regina. *Financing Administrasion*, wawancara pribadi, Medan, 21 Februari 2019.
- Bygrave, William. *The Portable MBA in Entrepreneurship*, John Willey & Sons: 2009.
- Del, Memori Olmo. *Consumer Financing Analyst*, wawancara pribadi, Medan, 25Maret 2019.
- Fahmi, Irham. *Kewirausahaan Teori, Kasus Dan Solusi*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Fathoni, Abdurahman. *Metedologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta : Rineka Cipta, 2011.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Heykal, Mohammad. “Analisis Tingkat Pemahaman KPR Syariah Pada Bank Syariah Di indonesia,” Istilah: *Jurnal Binus Business Review* 5,2, November 2014.
- Ichsan, Nurul Hasan. *Perbankan Syariah (Sebuah Pengantar)*, Ciputat: Referensi, 2014.
- Imanuel Aditya. *Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualiatas Layanan Perbankan Indonesia*, Jakarta: Pustaka Utama, 2017.
- Ismail. *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2011.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Rev. Ed 11, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Lupiyodi, Rambat dan A Hamdani. *Manajemen Pemasaran jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Mutiara, Putri. *Consumer Financing Analyst*, wawancara pribadi, Medan, 25 Februari 2019.
- Nurul, Huda dan Heykal. *Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Prapti, Endah Lestari. *Pemasaran Strategik Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia: Pustaka Utama, 2006.

- Rodoni, Ahmad. *Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Bestari Buana Murni, 2008.
- Solihin, Ahmad Ifham. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, Jakarta: PT. Gramedia, 2010.
- Susanto, Edi. *Bank dan Keuangan Lainnya*, Jakarta: Grafika, 2014.
- Umam, Khotibul dan Utomo Budi. *Perbankan Syariah Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya Di Indonesia*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.
- Wijaya, Rio. Marketing BTN KCS Medan, wawancara pribadi, Medan, 4 Maret 2019.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap penulis adalah Deby Windayani Pohan 21 Mei 1998, penulis merupakan anak dari pasangan suami istri dari H. Darman Pohan dan Yulia. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara.

Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar Swasta Taman Harapan tahun 2010 dan menyelesaikan Sekolah Menengah Pertama MTS Negeri 1 Model Medan pada tahun 2013, dan juga telah menyelesaikan Sekolah Menengah Atas MAN 2 Model Medan 2016, Penulis Juga baru menyelesaikan pendidikan DIII Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada tahun 2019 di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.